

Propuesta de una Empresa para Fabricar Papel con Cascarilla de Café  
en Pitalito (Huila)

Bairon Alfonso Mercado

Eva Katherine Olaya

Fernando Ortega Galvis

Lexa María Cantillo

Luis Carlos Ordóñez

Dra. Luz Dary Camacho Rodríguez

Magister en administración de organizaciones

Universidad Nacional Abierta y a Distancia - UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios - ECACEN

Pitalito, (Huila)

mayo 2020

## Tabla de contenido

<b>Introducción.....</b>	<b>6</b>
<b>Objetivos .....</b>	<b>7</b>
<i>Objetivo general.....</i>	<i>7</i>
<i>Objetivos específicos.....</i>	<i>7</i>
<b>Metodología .....</b>	<b>8</b>
<b>1. Diagnóstico de la situación social actual de Pitalito .....</b>	<b>9</b>
<b>2. Definición de la problemática social actual de Pitalito.....</b>	<b>11</b>
<b>3. Acciones de innovación social.....</b>	<b>12</b>
<b>4. Propuesta de innovación social .....</b>	<b>13</b>
4.1 <i>Presentación de la empresa .....</i>	<i>14</i>
4.2 <i>Presentación de marca.....</i>	<i>14</i>
4.3 <i>Presentación del logo .....</i>	<i>15</i>
4.4 <i>Presentación del Slogan.....</i>	<i>15</i>
4.5 <i>Descripción de los productos .....</i>	<i>16</i>
4.5.1 Pergamino.....	16
4.5.2 Cartoncillo .....	17
4.5.3 Kraft .....	17
<b>5. Modelo de negocio .....</b>	<b>18</b>
5.1 <i>Empatizar .....</i>	<i>18</i>
5.1.1 Matriz dofa fase empatizar .....	19
5.2 <i>Definir.....</i>	<i>20</i>
5.2.1 Infografía fase definir.....	21
5.3 <i>Idear.....</i>	<i>22</i>

5.3.1	Ideación basada en súper héroes fase idear .....	22
5.4	<i>Prototipar</i> .....	22
5.4.1	Prototipos de imagen, fase Prototipar .....	23
5.5	<i>Testear</i> .....	23
5.5.1	Tarjetas verdes, rojas, amarillas, fase Testear .....	24
<b>6.</b>	<b>Estrategias de mercadeo</b> .....	<b>26</b>
6.1	<i>Estrategia de comunicación</i> .....	26
6.2	<i>Estrategia de diferenciación</i> .....	26
6.2.1	¿Por qué un grano de café?.....	27
6.3	<i>Estrategia de posicionamiento</i> .....	27
6.4	<i>Mezcla de mercadeo</i> .....	27
<b>7.</b>	<b>Marketing digital</b> .....	<b>29</b>
7.1	<i>Objetivos</i> .....	30
7.2	<i>Herramientas utilizadas para desarrollar el plan de marketing digital</i> .....	31
7.2.1	Instagram.....	31
7.2.2	Blog.....	33
7.2.3	Facebook .....	35
7.2.4	YouTube.....	37
7.2.5	Página Web.....	39
<b>8.</b>	<b>Vínculo video sustentación</b> .....	<b>41</b>
<b>9.</b>	<b>Conclusiones</b> .....	<b>42</b>
<b>10.</b>	<b>Bibliografía</b> .....	<b>433</b>

## Lista de ilustraciones

Ilustración 1 Posición geográfica Pitalito (Huila) .....	9
Ilustración 2 Logo BioPapeles .....	15
Ilustración 3 Papel pergamino de BioPapeles .....	16
Ilustración 4 Papel Cartoncillo de BioPapeles .....	17
Ilustración 5 Papel Kraft de BioPapeles .....	17
Ilustración 6 Matriz Dofa, fase empatizar .....	20
Ilustración 7 Infografía fase Define.....	21
Ilustración 8 Prototipo productos BioPapeles .....	23
Ilustración 9 Página principal BioPapeles Instagram .....	31
Ilustración 10 Listado publicaciones BioPapeles Instagram .....	32
Ilustración 11 Publicación producto BioPapeles Instagram .....	32
Ilustración 12 Página inicio Blog BioPapeles .....	33
Ilustración 13 Pestaña informativa importancia del papel blog BioPapeles .....	34
Ilustración 14 Diseño de imagen blog BioPapeles .....	34
Ilustración 15 Página oficial Facebook BioPapeles .....	35
Ilustración 16 Página inicio Facebook BioPapeles .....	36
Ilustración 17 Publicación productos Facebook BioPapeles .....	36
Ilustración 18 Página principal YouTube BioPapeles .....	37
Ilustración 19 Video promocional canal de YouTube BioPapeles .....	38
Ilustración 20 Contenido video promocional canal de YouTube Biopapeles.....	38
Ilustración 21 Página inicio sitio web BioPapeles .....	39
Ilustración 22 Página productos sitio web BioPapeles .....	40
Ilustración 23 Publicación productos y características sitio web BioPapeles.....	40

## Lista de Tablas

Tabla 1 Resultados preguntas 1 y 8 encuesta aplicada fase empatizar.....	19
Tabla 2 Propuesta de productos fase Testear .....	24
Tabla 3 Propuesta de prototipos fase Testear.....	24
Tabla 4 Propuesta de mercadeo fase Testear .....	25
Tabla 5 Propuesta de producción fase Testear .....	25

## Introducción

En este consolidado final, se articula cada una de las fases realizadas durante el diplomado, exponiendo la viabilidad de un proyecto de emprendimiento social para desarrollar en la ciudad de Pitalito (Huila), tratando de mitigar las necesidades sociales presentadas durante el diagnóstico social inicial realizado.

La idea principal, es darle una segunda oportunidad a uno de los mayores desechos agroindustriales generados en la producción y comercialización del café, el cisco o cascarilla; pues Pitalito, actualmente es el mayor productor de café a nivel nacional.

Con esta iniciativa, se pretende beneficiar a muchas familias campesinas y disminuir un poco la tasa de desempleo que presenta la región; también cumplir con las necesidades de papel que demanda esta zona, ofreciendo un producto con muchas ventajas competitivas en el mercado actual.

## Objetivos

### Objetivo general

- Crear una empresa innovadora en el sector papelerero en la ciudad de Pitalito Huila, que permita generar empleo e ingresos a la comunidad mejorando su calidad de vida.

### Objetivos específicos

- Proponer una solución viable a la problemática social más relevante que ha sido identificada en Pitalito (Huila); a partir de la comprensión de los conceptos de innovación social e inclusión en un marco de sostenibilidad para generar un impacto social exitoso.
- Aplicar la metodología Design Thinking para identificar y determinar alternativas viables frente a la problemática ambiental generada por el mal aprovechamiento de la cascarilla de café en Pitalito, Huila.
- Formular acciones de mercadeo que permitan diseñar un programa de marketing acorde al contexto regional presente, que nos impulse a la competitividad y productividad para fabricar BioPapel con la cascarilla del café en el sur del Huila.

## Metodología

Partiendo de las problemáticas sociales expuestas por cada uno de los integrantes del proyecto y después de revisar cada una de estas, surgieron algunas propuestas interesantes y bajo distintos puntos de vista desde una lluvia de ideas generada.

Posteriormente, se realiza una votación interna por la mejor idea, quedando seleccionada la de aprovechar un desecho agroindustrial como la cascarilla de café para fabricar papel ecológico en la ciudad de Pitalito (Huila).

Una vez tomada la decisión y al utilizar la metodología Design Thinking, se descubre una ventaja competitiva para este proyecto de emprendimiento. El resultado fue satisfactorio, porque en su desarrollo, se encontró no solo un producto, sino tres que probablemente podrían suplir las necesidades de papel existentes en esta región.

Ya con un plan trazado, se diseña una estrategia de mercadeo básico para los nuevos productos, dando a conocer sus atributos, beneficios y ventajas; utilizando las alternativas disponibles del entorno para que impacten en su promoción y así, determinar su posicionamiento en el mercado.

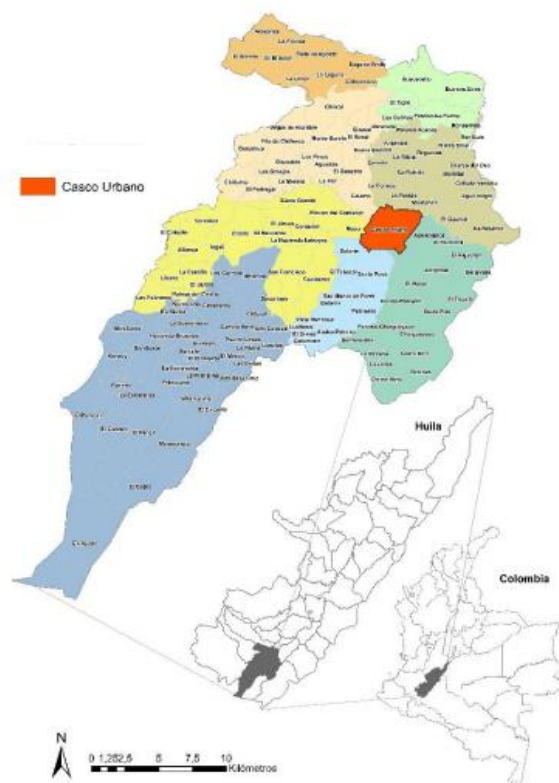
La encuesta realizada, arrojó un resultado muy alentador, tanto así que, se propone la creación de una empresa para fabricar papel ecológico y amigable con el medio ambiente, pues es la primera idea que los encuestados se formaron al responderla.

Para consolidar lo expuesto anteriormente y ampliar la difusión y publicidad de los nuevos productos, se utilizaron las indiscutibles y eficientes redes sociales como Facebook, Instagram, youtube y otras herramientas digitales como un blog y un sitio web para hacer masiva su publicidad y entrar a competir en el mercado del papel.



## 1. Diagnóstico de la situación social actual de Pitalito

Pitalito es una ciudad cosmopolita, está ubicada estratégicamente al sur del departamento del Huila como podemos ver en la *Ilustración 1*. Actualmente cuenta con 130.000 habitantes aprox. convirtiéndose en el segundo municipio más poblado de este departamento. “Es considerado desde hace una década, como el primer y mayor productor de café en el país, con cerca de 20.000 hectáreas sembradas”. (Plan de Desarrollo Municipio de Pitalito, 2019, p.206).



*Ilustración 1 Posición geográfica Pitalito (Huila)*

[https://www.minambiente.gov.co/images/cambioclimatico/pdf/aproximacion\\_\\_al\\_territorio/PITALITO\\_2030\\_v6\\_final.pdf](https://www.minambiente.gov.co/images/cambioclimatico/pdf/aproximacion__al_territorio/PITALITO_2030_v6_final.pdf)

Pitalito no es ajeno a la realidad social del país, el desempleo y la inseguridad vienen afectando su economía y en mayor medida a los jóvenes. Los que no cuentan con recursos para seguir estudios superiores, se ven obligados a desempeñar actividades agrícolas y/o trabajos poco o mal remunerados. “En Pitalito no se ejecutan acciones eficaces para controlar la inseguridad y el desempleo; siendo el comercio informal el sector que más crisis genera socialmente”. (Plan de Desarrollo Municipio de Pitalito, 2019, p.230).

La violencia y actos delictivos, no encuentran hasta ahora una barrera “El alto índice de desempleo que alcanza un 18%, impactan negativamente en la situación social actual del municipio”, (Plan de Desarrollo Municipio de Pitalito, 2019, p.231).

La consolidación de las problemáticas y posibles alternativas de solución presentadas, nos llevan a identificar a Pitalito (Huila), como inicio de nuestro proyecto de emprendimiento social y ambiental. “A nivel nacional, se viven realidades comunes y ajenas en cada una de las regiones de nuestro territorio”. (Grupo 110011-6, Identificación de problemática social, 2020, p. 9).

## 2. Definición de la problemática social actual de Pitalito

Sin darse cuenta, Pitalito está arrojando a la basura una posible solución a una de sus falencias más críticas, el desempleo; pues al ser el mayor productor de café a nivel nacional, también se convierte en el primer productor de un desecho agroindustrial (cascarilla de café) que podría ser la clave para disminuir sus negativas estadísticas. “En el proceso del café, solamente se utiliza el 9,5% del peso del fruto fresco para elaborar la bebida, el 90,5% queda como residuo”. (Rodríguez Valencia, Cenicafé, 2010, p. 1).

La presente problemática social y ambiental, se ha seleccionado para ofrecer una alternativa de aprovechamiento para estos residuos y poder generar nuevos productos, disminuyendo la contaminación y el desempleo con la creación de una empresa productora de papel ecológico con cascarilla de café, la cual sería provista de esta materia prima con el apoyo y creación de centros de acopios de cascarilla de café en cada uno de los 9 municipios cafeteros que conforman el sur del Huila.

La disposición de dichos desechos agroindustriales como combustible para silos y pisos de establos para animales cerca de las fuentes de agua, es el actual manejo que se le da a la cascarilla; “así como como en otros lugares del departamento y del país como un residuo especial y de difícil manejo”. (Suárez Agudelo, 2012, p. 13).

Con la creación de una empresa productora de papel y sus centros de acopio, se beneficiarían las familias que viven del café en esta zona representando un 60% de la población, pues obtendrán un ingreso extra por la cascarilla que antes no tenían al venderla en los centros de acopio.

### 3. Acciones de innovación social

Existen muchas problemáticas similares que se desarrollan paralelamente en el departamento del Huila; el adaptarse a estas necesidades y escuchar a las personas que son los principales actores, hacen parte fundamental para buscar las soluciones más eficientes.

El proyecto tiene como base, mejorar un proceso que es parte de la vida diaria de esta región; incentivando su economía y empleo. Dado que el café es la principal fuente de ingresos para la mayoría de familias, se da fin a un gran problema ambiental con esta iniciativa; pues se estaría cerrando el ciclo del proceso del café con una solución efectiva al aprovechar la cascarilla de café, como materia prima para fabricar papel y cartón ecológico.

Al ser muchas las familias beneficiadas y más aún la economía de la región, se espera que las Cooperativas de caficultores y entes privados, apoyen esta solución. Esta economía circular definida, busca que el ciclo final de este producto, no termine en desecho, sino que, por el contrario, se logre aprovechar de otro modo, olvidando el desperdicio y lo que teníamos como basura en abundancia, se convierta en materia prima para este proyecto sustentable a largo plazo.

La cascarilla de café está compuesta en su mayoría por “celulosa” que es el mismo elemento que contienen los árboles, de los cuales se extrae para elaborar el papel blanco que comúnmente conocemos y utilizamos. Es por esta razón que se pretende innovar en este sector con un papel sustituto fabricado con material de café desechado. También se ha evidenciado que, con otros subproductos del café, se podrían realizar una gran variedad de productos como harinas, abonos orgánicos, dulces, productos artesanales e incluso otras bebidas distintas del café.

#### 4. Propuesta de innovación social

La implementación de esta propuesta, busca que se pueda generar con la cascarilla de café, un papel orgánico sustituto del papel común actual. Cajas de comidas rápidas, bolsas y empaques entre otros, que se pueden obtener de esta materia prima. Se tiene como fin principal, brindar una alternativa que generará fuentes de ingresos, beneficios ecológicos y generación de empleos, ayudando a mitigar el impacto negativo que estas problemáticas han traído a la región.

Este proyecto está enfocado para crear una empresa que fabrica y comercializa papel ecológico hecho de cascarilla de café; mediante alianzas estratégicas con empresas productoras de café, cooperativas, microempresas, asociaciones, entre otras, para que el consumidor pueda adquirir este producto con todos los estándares de calidad, y en las presentaciones requeridas.

El desarrollo de este proceso permitirá generar nuevas oportunidades laborales e ingresos extras a todos sus actores. La idea es motivar la participación de las familias cafeteras, madres de familia, jóvenes en situación de desempleo, desplazados por la violencia y sobre todo, que es un producto amigable con el medio ambiente.

#### 4.1 Presentación de la empresa

BioPapeles una empresa amigable con el medio ambiente, enfocada al emprendimiento social y comercial, buscando mejorar la calidad y disponibilidad de los productos de papel ofrecidos en el mercado del departamento del sur del Huila. Es una empresa que ejerce la actividad agroindustrial de forma preservadora frente al ambiente, utilizando residuos naturales totalmente orgánicos y promoviendo nuevos productos que impacten en la sociedad.

BioPapeles, a través de un proceso minucioso, transforma la cascarilla de café en papel y cartón orgánico, ofreciendo productos innovadores, mediante el aprovechamiento de los residuos generados en la trilla de café seco, destacando la disminución de la contaminación ambiental y permitiendo la creación de otros subproductos como resmas, bolsas de papel y cajas de comidas rápidas, garantizando su calidad, sanidad y disponibilidad inmediata sin intermediarios.

#### 4.2 Presentación de marca

BioPapel es un papel único en el mercado, su tono natural es sinónimo de vida y sustentabilidad, no afecta ninguna de las funciones propias del papel, por el contrario, las mejora al ofrecer mayor dureza y menor opacidad. Nuestro papel puede soportar procesos de impresión, doblez y fotocopiado para satisfacer cualquier necesidad comercial, garantizando calidad de impresión en cualquier cara.

Contará con características únicas; su alta resistencia debido a que es 100% hecho con cascarilla de café, su color y textura imitan un grano de café tostado y su olor peculiar, lo impulsarían como la mejor opción entre los demás papeles de su tipo.

Todo lo anterior, hace que los clientes y usuarios, puedan visualizar mentalmente el empaque como una marca propia generadora de valor agregado, no solo para su beneficio, sino también en la contribución a la protección del medio ambiente, la vida y salud de la población.

#### 4.3 Presentación del logo

En la *Ilustración 2*, aparece un grano de café con el símbolo de reciclaje; este grano de café proyecta su origen natural; incluyendo la marca, slogan y los innovadores productos de la naciente empresa.



*Ilustración 2 Logo BioPapeles*  
Fuente: Propia

#### 4.4 Presentación del Slogan

El slogan de BioPapeles “ambientalmente buenos”, está definido por el impacto positivo que causará al medio ambiente por la reducción de desechos agroindustriales arrojados a la naturaleza, pues serán reutilizados para fabricar otros productos necesarios en el comercio local.

#### 4.5 Descripción de los productos

Los productos que ofrece BioPapeles, suplirán las necesidades actuales de papel y cartón en la región. El rango de acción de estos productos, abarca la mayoría de locales comerciales y empresas, pues el papel es un elemento muy utilizado a diario en cada uno de estos sectores comerciales como restaurantes, bares, cafeterías, etc.

Los novedosos productos que BioPapeles lanzará en su primera campaña publicitaria son los siguientes:

##### 4.5.1 Pergamino

El papel blanco es el más utilizado en el comercio, papelerías y el hogar. En la *Ilustración 3*, se observa una resma de papel pergamino, que consta de 500 hojas tamaño carta.



*Ilustración 3* Papel pergamino de BioPapeles  
Fuente: Propia



#### 4.5.2 Cartoncillo

El papel cartoncillo producido por BioPapeles, es especial para el transporte y almacenamiento de comidas rápidas para restaurantes, bares etc. En la *Ilustración 4*, aparece un prototipo de cajita de cartoncillo para hamburguesas.



*Ilustración 4* Papel Cartoncillo de BioPapeles  
Fuente: Propia

#### 4.5.3 Kraft

El papel Kraft, diseñado para elaborar bolsas para detalles o bolsas multipropósito. En la *Ilustración 5*, se aprecia una bolsa que podrá ser utilizada para detalles o para empacar prendas de ropa en las boutiques o almacenes.



*Ilustración 5* Papel Kraft de BioPapeles  
Fuente: Propia

## 5. Modelo de negocio

El mundo del diseño permite descubrir infinitas opciones para desarrollar y poner en marcha cualquier emprendimiento o proyecto y es allí, en donde la creatividad traspasa fronteras utilizando adecuadamente el Design Thinking

Al tener las herramientas necesarias, se puede entablar o diseñar un pensamiento colectivo para la solución de un problema social, económico o ambiental y el Design Thinking, puede ayudar en la construcción de este pensamiento, como lo hizo con la propuesta de la empresa BioPapeles para fabricar papel con cascarilla de café.

El modelo de negocio presentado, es un proyecto articulado con cada una de las fases que lo conforman; permitiendo reevaluar y corregir el paso a paso del enfoque de este emprendimiento y estructurar de forma eficiente, su coherencia y aplicación.

### 5.1 Empatizar

Brinda el inicio para solucionar la problemática social identificada en el departamento del Huila a través de las respuestas de los consumidores. Este proceso consiste en actuar como el usuario, sentir sus necesidades como propias para luego, enfocar nuestro producto de forma eficiente en el mercado. Parte de identificar las necesidades del consumidor más no la necesidad del emprendimiento.

En la *Tabla 1*, se muestran las dos preguntas más relevantes de una encuesta aplicada con el fin de conocer respuestas sobre el cuidado del medio ambiente y la utilización de empaques ecológicos hechos con cascarilla de café.

<p>El 68% de la población encuestada aseguró que en ciertos productos le da prioridad al manejo de estos según el medio ambiente, mientras que el 18% no toma en cuenta esta iniciativa, tan solo el 16% siempre les presta atención a estos productos buenos para el medio ambiente.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Opciones de respuesta</th> <th>Frecuencia</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Si, siempre</td> <td>13</td> </tr> <tr> <td>No lo tomo en cuenta</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td>En ciertos productos</td> <td>57</td> </tr> </tbody> </table>	Opciones de respuesta	Frecuencia	Si, siempre	13	No lo tomo en cuenta	14	En ciertos productos	57		
Opciones de respuesta	Frecuencia										
Si, siempre	13										
No lo tomo en cuenta	14										
En ciertos productos	57										
<p>El 80% de los encuestados, asegura que compraría los empaques ecológicos en empresas especializadas, es decir, buscarían comprar empaques personalizados y diferentes de los demás; en donde nuestra empresa estaría en capacidad de proporcionarlos.</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th>Empresa</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Empresa especializada</td> <td>80%</td> </tr> <tr> <td>Publicista</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Litografía</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Empresa de artes graficas</td> <td>2%</td> </tr> </tbody> </table>	Empresa	Porcentaje	Empresa especializada	80%	Publicista	10%	Litografía	10%	Empresa de artes graficas	2%
Empresa	Porcentaje										
Empresa especializada	80%										
Publicista	10%										
Litografía	10%										
Empresa de artes graficas	2%										

*Tabla 1 Resultados preguntas 1 y 8 encuesta aplicada fase empatizar*

Fuente: Propia

### 5.1.1 Matriz dofa fase empatizar

Esta técnica proporciona orientación para enfocar el análisis frente a la necesidad y/o problema del consumidor, con el fin de solucionar la problemática presente. En la *Ilustración 6*, se identifican y analizan las fortalezas y debilidades tanto de la organización, como la necesidad

de crear una fábrica de papel con cascarilla de café, así como las oportunidades y amenazas encontradas en el entorno externo.



Ilustración 6 Matriz Dofa, fase empatizar

Fuente: Propia

## 5.2 Definir

Esta etapa permite filtrar la información aportada en la fase anterior y utilizar lo que realmente contribuye al valor ambiental o social; aquí afloran nuevas soluciones y nuevos productos.

Después de entender las necesidades de los usuarios, se hace indispensable presentar una gama de productos disponibles y acordes a las necesidades presentadas; es por eso que, en esta fase, se definen los posibles productos o servicios que puedan satisfacer la demanda o necesidad detectada.

### 5.2.1 Infografía fase definir

En la *Ilustración 7*, se esboza una infografía de un contexto a través de imágenes y diseños proporcionando atracción, con el fin de llamar la atención del público y filtrar información del producto de forma creativa para cautivar el mercado, obteniendo información que nos permita reevaluar nuestra oferta frente al mercado.

## UN RESIDUO DEL CAFÉ QUE SE CONVIERTE EN PAPEL

Desde su nacimiento hasta su consumo, un grano de café sufre múltiples cambios. Durante esos cambios, se generan muchos residuos orgánicos, los cuales, pueden ser aprovechados útilmente para el beneficio del medioambiente y para la sociedad.

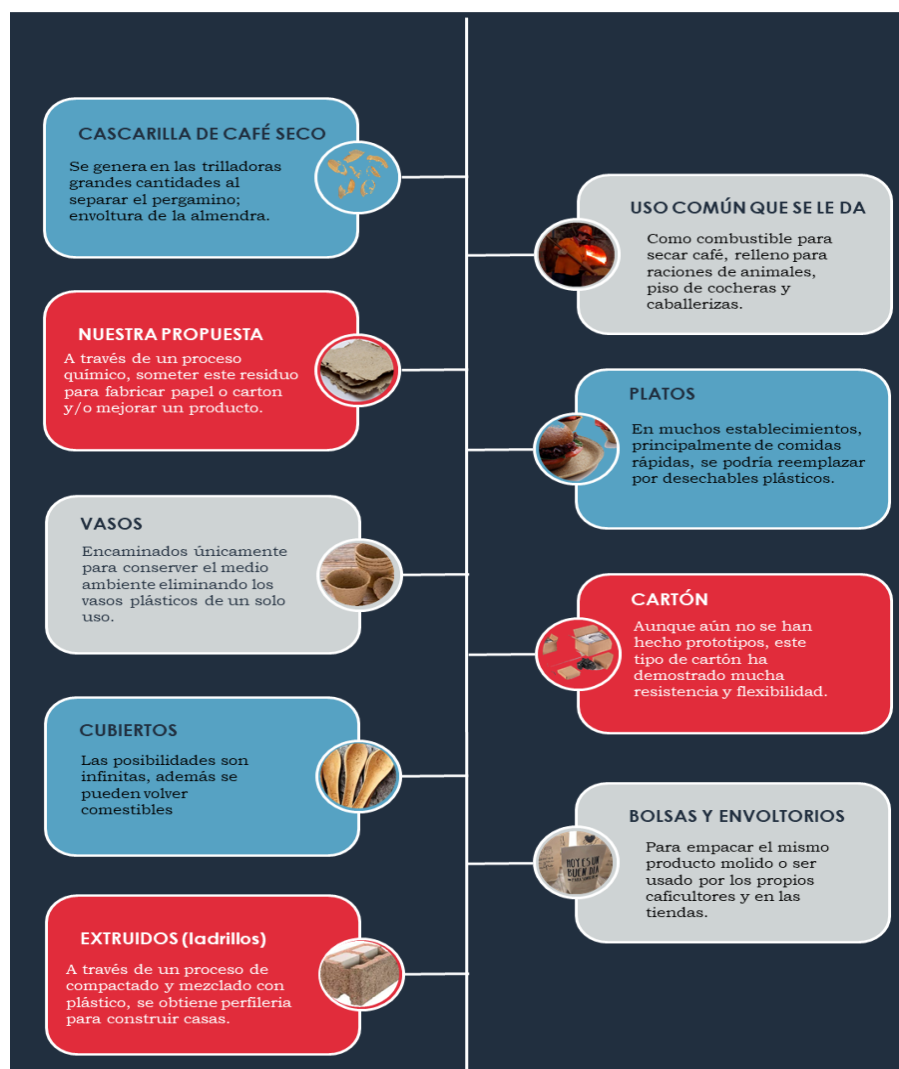


Ilustración 7 Infografía fase Define

Fuente: Propia

### 5.3 Idear

El objetivo es generar un sinnúmero de opciones y pensamiento expansivo con soluciones visionarias y por extravagantes que parezcan, no hay que descartar ninguna.

#### 5.3.1 Ideación basada en súper héroes fase idear

En el entorno hay tantas necesidades, como oportunidades. Un súper héroe al pensar sobre ¿Cómo llevar a cabo el proyecto? aprovecharía los recursos de su entorno y amigos para solucionar sus problemas como se hizo con la cascarilla de café.

¿Cómo realizar su comercialización? Utilizaría la tecnología. A través del uso de las plataformas digitales, se puede contactar con los productores de café, conseguir información del estado de las vías y medios de transporte disponibles; con los cuales se realizará la recolección y transporte de la materia prima.

¿Cómo aprovechar las redes sociales? El súper héroe buscaría generar un impacto visual positivo por medio de fotografías, videos e información del proceso para generar conciencia ambiental en las redes sociales, grupos de interacción y blogs.

### 5.4 Prototipar

A través de esta etapa, se obtienen representaciones previas que son de utilidad para analizar cómo reaccionaría visualmente el público objetivo con los productos ofrecidos. Por medio de este proceso, se fortalece la imagen de los productos a través de mecanismos que

propician futuras adaptaciones, resaltando sus diferencias frente a la competencia y aportando un valor agregado, ventajas, innovación y ecología.

#### 5.4.1 Prototipos de imagen, fase Prototipar

Con la ayuda de un programa de diseño asistido por computador, se logra obtener las imágenes de la Ilustración 8. Estos modelos virtuales previos, serían los más opcionales para empezar la producción en físico.



*Ilustración 8 Prototipo productos BioPapeles*  
Fuente: Propia





#### 5.5 Testear

Aquí, la idea evoluciona hasta convertirse en una solución viable. Con los prototipos obtenidos, se tomarán las acciones pertinentes para el fortalecimiento de la imagen y proyección de una marca de calidad como lo será BioPapeles.

### 5.5.1 Tarjetas verdes, rojas, amarillas, fase Testear





Con el fin de reafirmar las ideas propuestas en la encuesta y la mejor utilización de los productos que se lanzarán al mercado, se aplica una técnica rápida, como son las tarjetas de colores, basada en las preguntas más relevantes para el modelo de negocio.

En la *Tabla 2*, se observa el resultado contundente de la votación para seleccionar los productos viables a fabricar, dependiendo de las necesidades ya conocidas.

Propuestas de productos			
De acuerdo al objeto de nuestro proyecto con la cascarilla de café, se toma la idea de fabricar papel y cartón para empacar alimentos o prendas en vez de tarjetas de presentación.			
VOTACIÓN	 De acuerdo: 5	 No	 Neutral
RESULTADO			

*Tabla 2 Propuesta de productos fase Testear*  
Fuente: Propia





En la *Tabla 3*, se establece unánimemente que las imágenes resultantes en la fase de prototipo, reflejan lo que los usuarios buscan; calidad y presencia; por lo tanto, son las preferidas para ser fabricadas físicamente y ocupar un lugar en el comercio.

Propuesta del prototipo			
Nuestros prototipos deben ser mostrados en papelerías, oficinas, restaurantes y otros establecimientos comerciales.			
VOTACIÓN	De acuerdo: 5 	 No	 Neutral
RESULTADO			

*Tabla 3 Propuesta de prototipos fase Testear*  
Fuente: Propia







La *Tabla 4*, define claramente que la publicidad en redes sociales, son el medio efectivo para conseguir retroalimentación sobre mejoras y/o correcciones sugeridas de los productos presentados.

Propuesta de mercadeo			
Se deben subir a las redes sociales las imágenes de los prototipos para que las personas puedan verlos y hacer diferentes críticas que a nosotros nos proporcione mejoras.			
VOTACIÓN	 De acuerdo: 5	 No	 Neutral
RESULTADO			

*Tabla 4 Propuesta de mercadeo fase Testear*  
Fuente: Propia

Finalmente, la *Tabla 5*, confirma que los prototipos de imagen proyectados, cumplen con las características requeridas para su fabricación y comercialización porque ayudan al medio ambiente y son más económicos que la competencia.

Propuesta de producción			
Efectivamente la empresa va a fabricar resmas, empaque para regalos y cartoncillo con cascarilla de café un 5% por debajo del precio de la competencia.			
VOTACIÓN	 De acuerdo: 5	 No	 Neutral
RESULTADO			

*Tabla 5 Propuesta de producción fase Testear*  
Fuente: Propia

Dado que las respuestas a la técnica aplicada fueron definitivas, se pudo proceder con una estrategia de mercadeo acorde a las especificaciones de marca, imagen y calidad ya diferenciadas.

## 6. Estrategias de mercadeo

Para dar a conocer la empresa, aumentar las ventas y ganar un posicionamiento en el mercado, se debe dar un buen manejo a los medios de publicidad y mercadeo, que permitan atraer consumidores y clientes potenciales para el proyecto, generando valor a través de un producto sostenible y amigable con el medio ambiente.

### 6.1 Estrategia de comunicación

Las campañas publicitarias radiales y televisivas son esenciales en esta fase, esto con el fin de mostrar los beneficios y cualidades de nuestros productos a la mayor cantidad de personas posibles para generar un efecto voz a voz.

Asistir a los eventos que promocionan productos a base de café en la cámara de comercio y otros entes, así, se impulsará la marca de la empresa y sus novedosos productos, creando vínculos comerciales y ampliando la red de contactos y potenciales clientes futuros.

Para la publicidad visual ambiental, se repartirán volantes y plegables en todos los establecimientos comerciales de la región, con el propósito de hacer masiva su aparición y llamar la atención de nuevos clientes a nuestra empresa.

### 6.2 Estrategia de diferenciación

Lo que hace diferente a BioPapeles, está definido con una marca propia que genera sentido de pertenencia, además identifica la región con su color y olor de un grano de café tostado, proyectando exclusividad en el mercado local.

### 6.2.1 ¿Por qué un grano de café?

La imagen de un grano de café, permite mostrar al cliente de donde nace el producto innovador, y sabiendo que el material de fabricación de estos empaques ecológicos es la cascarilla de café, más se sentirán comprometidos con la región y el medio ambiente.

### 6.3 Estrategia de posicionamiento

BioPapel es el único papel que ofrece el balance perfecto entre rendimiento y economía en todas las oficinas, restaurantes y hogares del sur del Huila, además de esto, nuestro producto estará enmarcado en el atributo de ser el primer producto elaborado 100% con un subproducto del café como la cascarilla, permitiendo entregar conocimiento a nuestra clientela sobre la importancia de cuidar el medio ambiente y disminuir su contaminación por medio de productos innovadores.

Al combinar correctamente las estrategias de esta fase, se activa la demanda de un producto o servicio, con el fin de alcanzar los objetivos a largo plazo de la empresa. Estas actividades se agrupan en 4 variables que son producto, precio, plaza y promoción.

### 6.4 Mezcla de mercadeo

Ofrecer un producto resistente y biodegradable, que aparte de tener variedades de formas y de uso, le permitirá al usuario obtener conocimiento sobre la importancia del medio ambiente y así ser los únicos productos en el mercado fabricados con un material de desecho del café.

En cuanto al precio, se otorgará un 5% de descuento por debajo de la competencia inicialmente, este descuento permitirá penetrar inmediatamente en el mercado ayudando a la economía de los clientes; como un producto innovador y con un precio accesible para todos.

El rango de precios actual para las resmas de papel de la competencia oscila entre \$14.000 y 14.500; la resma de papel pergamino ofrecida por BioPapeles costará \$13.750 pesos.

El rango de precios establecidos actualmente para las cajitas de cartón de la competencia está entre \$500 y 600 pesos; las cajitas de cartón ofrecidas por BioPapeles costarán \$475 pesos c/u.

Los precios actuales para las bolsas de papel Kraft en la competencia, promedia los \$500 y 550 pesos c/u; la bolsa de papel Kraft ofrecida por BioPapeles costará \$450 pesos.

Al ubicar la empresa en la segunda ciudad más poblada del departamento, se generarán mayores oportunidades para cerrar negocios con los comerciantes locales y de otros municipios del departamento. La opción de crear una franquicia, aumentaría los canales de distribución de nuestra empresa y ganar más reconocimiento a nivel nacional con un canal de venta directo que permita llevar el producto final sin incluir intermediarios.

La realización de descuentos por pagos de contado y por cantidad de unidades vendidas, estimularán las ventas e ingresos para que la empresa pueda sostenerse durante sus primeros años. La promoción en redes sociales de nuestros productos innovadores, impulsarán el reconocimiento y afianzamiento de la marca BioPapeles. Sus beneficios, atributos y el precio de lanzamiento, serán las mejores armas para iniciar este proyecto con posibilidades altas de éxito.

## 7. Marketing digital

La empresa Bio Papeles nace con el fin de innovar y aportar a la disminución de una problemática social, como lo es la contaminación al medio ambiente. Es por esto, que el plan de marketing está basado en obtener reconocimiento y posicionamiento por medio de la concientización al público objetivo generando impacto visual y auditivo.

Este plan de marketing digital consta de unos objetivos a mediano plazo, usando las redes sociales como Facebook, Instagram, YouTube, Pagina web y Blog. Por el uso de estas redes sociales, no se incurrirá en grandes costos, lo cual es una ventaja para una empresa que está incursionando en el mercado.

Todo el contenido digital proyectado, estará bajo los estándares de calidad actuales, y con los cuales, se podrá superar a la competencia en cuanto a precio e imagen. Una ventaja competitiva importante estará dada porque es una empresa local, además de su valor agregado en cada uno de sus productos como el color y olor a café tostado; aunque el olor no podrá ser detectado en las redes sociales, creará una predisposición para conocerlos físicamente.

## 7.1 Objetivos

- Dar a conocer la marca al público objetivo para que puedan reconocer a BioPapeles como una empresa amigable, que está en la búsqueda de reducir los impactos negativos al medio ambiente. De tal forma, que cuando vean o escuchen BioPapeles, tengan presente los productos que ofrece al mercado y su aporte a la humanidad.
- Promocionar los productos innovadores que la empresa BioPapeles ofrece para satisfacer las necesidades existentes en la región del sur del Huila, utilizando las redes sociales y un sitio web corporativo en internet.
- Dar a conocer la marca BioPapeles en el mercado actual como una de las mejores alternativas para el cliente en el mundo del empaque, utilizando las TIC como medio de comunicación.
- Utilizar todas las herramientas digitales disponibles (web y redes), para lograr posicionamiento de marca, fidelización de clientes y sostenibilidad de la empresa.

## 7.2 Herramientas utilizadas para desarrollar el plan de marketing digital

### 7.2.1 Instagram

Esta red social, cuenta con usuarios de diferentes lugares, no solo del país sino de todo el mundo. Permite crear contenido visual y auditivo, y tener comunicación directa con otros usuarios. Es una de las redes sociales más usada para vender productos, ya que las personas están más amigables con las compras On line.

Instagram será de gran utilidad para BioPapeles y la comercialización de sus productos, los cuales se ofrecen por medio de las publicaciones, en donde también, busca generar impacto visual y reconocimiento de imagen, marca y slogan, así como se puede evidenciar en las Ilustraciones 9, 10 y 11 siguientes.

Link [https://www.instagram.com/biopapeles\\_1/?hl=es-la](https://www.instagram.com/biopapeles_1/?hl=es-la)

Imágenes online

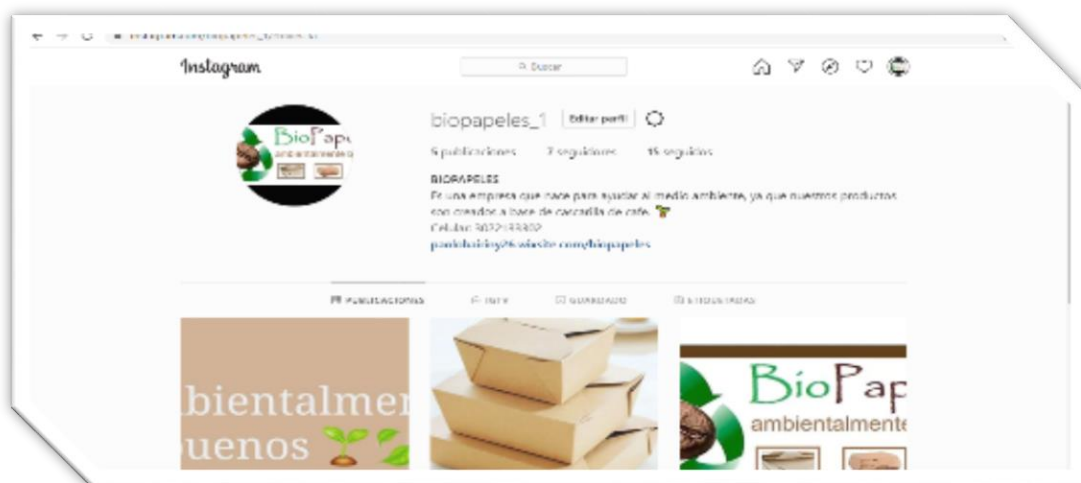
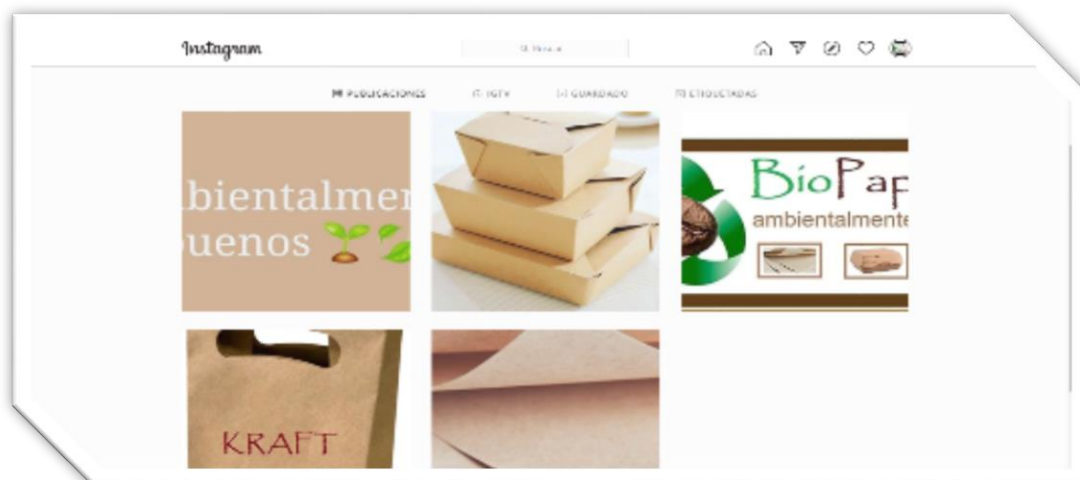


Ilustración 9 Página principal BioPapeles Instagram

Fuente: Propia



*Ilustración 10 Listado publicaciones BioPapeles Instagram*  
Fuente: Propia



*Ilustración 11 Publicación producto BioPapeles Instagram*  
Fuente: Propia



### 7.2.2 Blog

La creación del blog al igual que la página web, permite generar más confianza con los clientes. Por medio de este, se publican enlaces y videos de interés para centrar la atención del público objetivo y enlazar la visita de las demás redes sociales.

Este Blog será de gran importancia para BioPapeles, ya que permite reunir los comentarios de los usuarios y dar respuestas abiertas al público.

En el Blog creado para BioPapeles, se incluyó información acerca de los objetivos establecidos para el plan de marketing digital como se puede apreciar en la *Ilustración 12*.

Link <https://biopapeles.blogspot.com/>

Imágenes online



*Ilustración 12* Página inicio Blog BioPapeles  
Fuente: Propia

En las Ilustraciones 13 y 14, se incluye información respecto a la presentación, importancia del papel y diseño de la imagen de la empresa BioPapeles.



*Ilustración 13 Pestaña informativa importancia del papel blog BioPapeles*

Fuente: Propia



*Ilustración 14 Diseño de imagen blog BioPapeles*

Fuente: Propia

### 7.2.3 Facebook

Permite compartir contenido visual y auditivo, además de interacción por medio de comentarios, Facebook live, y reacciones al contenido publicado. Es una excelente red social de interacción, por medio de la cual se busca ganar reconocimiento y posicionamiento.

A esta red social, se realizó la inclusión de la imagen de perfil y portada, por medio de la cual, los usuarios reconocen que es la página oficial de Facebook, como se puede observar en la Ilustración 15.

[Link https://www.facebook.com/bio.papeles.3](https://www.facebook.com/bio.papeles.3)

Imágenes online



Ilustración 15 Página oficial Facebook BioPapeles

Fuente: Propia

Se realiza publicación de marca y productos de la empresa de acuerdo a las Ilustraciones 16 y 17 respectivamente. Se evidencia que se comparte contenido del canal de YouTube de la empresa, incentivando la visita a esta red social.

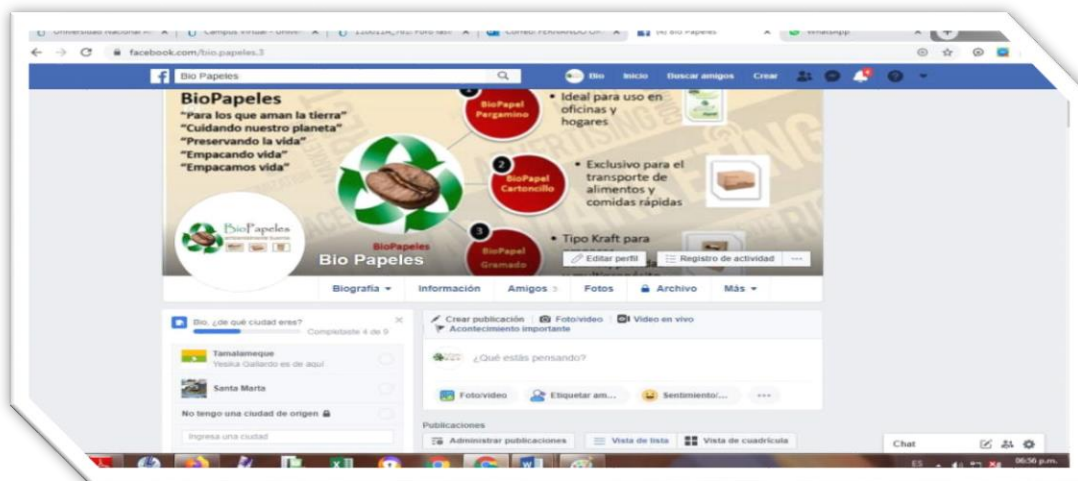


Ilustración 16 Página inicio Facebook BioPapeles

Fuente: Propia

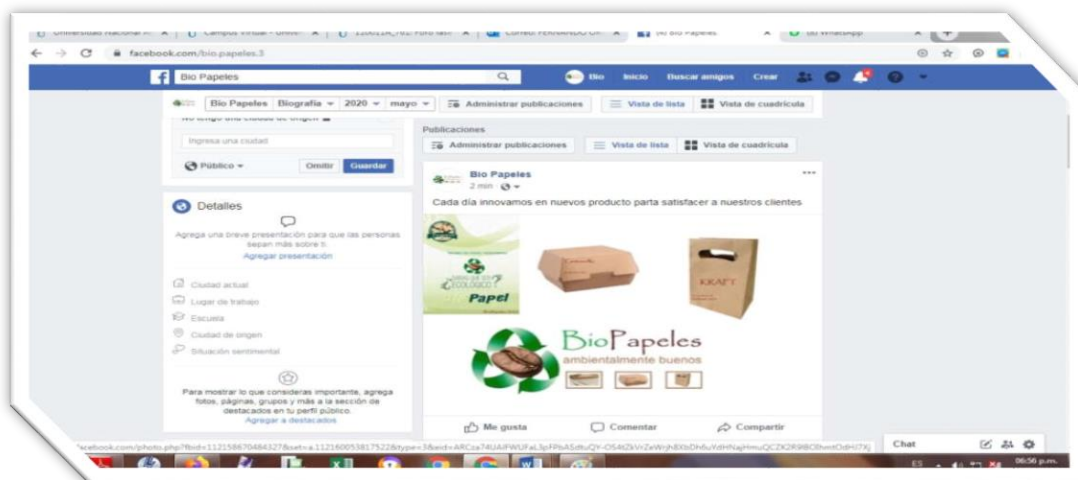


Ilustración 17 Publicación productos Facebook BioPapeles

Fuente: Propia

## 7.2.4 YouTube

Es un canal que permite compartir videos, el cual BioPapeles usará para compartir contenido del proceso de transformación de la cascarilla de café en papel orgánico, generando de esta forma, un estado de conciencia ambientalmente positivo.

La Ilustración 18, corresponde a la página de inicio del canal, en donde podremos encontrar información respecto a la empresa.

Links <https://www.youtube.com/channel/UCbzcVdOcRr3GLgc9xyOB8kw>

<https://www.youtube.com/watch?v=qvpGNhNGzrI>

Imágenes online



*Ilustración 18 Página principal YouTube BioPapeles*

Fuente: Propia

. En las Ilustraciones 19 y 20, se puede evidenciar el contenido digital creado para el público.



*Ilustración 19 Video promocional canal de YouTube BioPapeles*

Fuente: Propia



*Ilustración 20 Contenido video promocional canal de YouTube Biopapeles*

Fuente: Propia

### 7.2.5 Página Web

La página web es el centro del plan de Marketing Digital, es la primera puerta de reconocimiento de BioPapeles, en donde se indica la razón de ser la empresa, por qué surgió la idea y a que se dedica; además permite compartir los links de acceso a las otras redes sociales para lograr una mejor interacción.

En la Ilustración 21, se proyecta la información de ¿quiénes somos?, misión y visión, lo cual hace parte de la información principal del sitio Web corporativo; permitiéndole al visitante o cliente, crear el primer contacto con la empresa.

Link <https://paolobairiny26.wixsite.com/biopapeles>

Imágenes online



Ilustración 21 Página inicio sitio web BioPapeles

Fuente: Propia

En el sitio web, también se puede acceder a la información de los productos y sus características más relevantes como aparecen en las Ilustraciones 22 y 23.



Ilustración 22 Página productos sitio web BioPapeles

Fuente: Propia

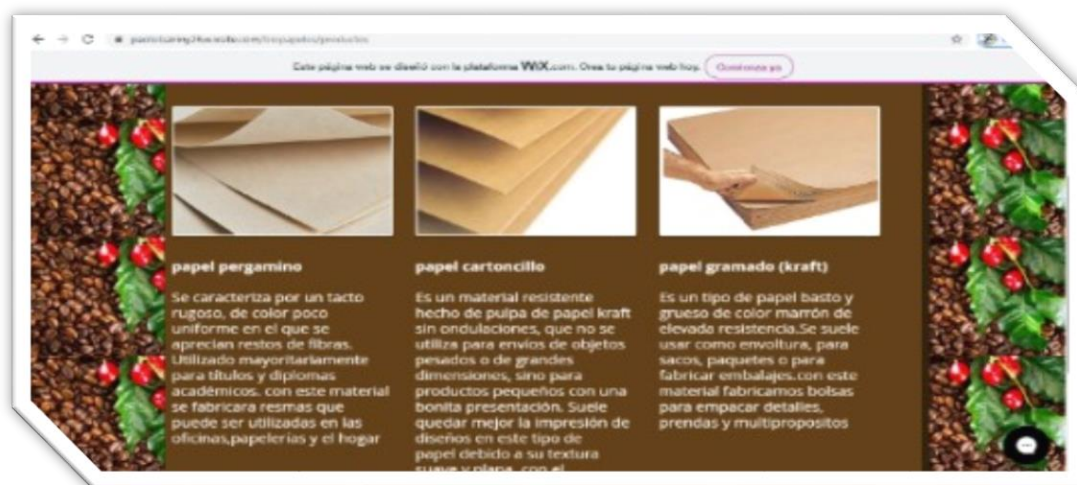


Ilustración 23 Publicación productos y características sitio web BioPapeles

Fuente: Propia



## 8. Vínculo video sustentación

<https://youtu.be/CZb0P8EUonQ>

## 9. Conclusiones

- A través de la formación obtenida en el diplomado de profundización de gestión del marketing para el emprendimiento social, se deben considerar muchos aspectos que ofrecen nuevos planteamientos para lanzar una idea de emprendimiento social con buenas bases.
- Se deben valorar todas las opciones al momento de establecer acciones para desarrollar un emprendimiento social que acudirá a la transformación de materia orgánica para la elaboración de papel, promoviendo el cuidado del medio ambiente y el beneficio de muchas familias.
- Para construir una campaña de marketing digital, es fundamental tener definido el público objetivo y una estrategia a seguir, y es justamente ahí, que aparece el Design Thinking, en donde con una lluvia de ideas, se pueden aportar soluciones y respuestas creativas pertinentes a una idea planteada inicialmente.
- Son muchas las opciones de las cuales se dispone para elaborar eficientes proyectos o ideas de emprendimiento y aunque se esté en una fase inicial, se debe perseverar con el firme propósito de mejorarlas y ponerlas en marcha.

## 10. Bibliografía

- Colombia Digital Marketing [ColDigitalMk]. (26 jun. 2014). Qué es el Marketing Digital y Cuáles son sus beneficios [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=TTyFV-qhQtQ>
- EOI Escuela de Organización Industrial [EOI Escuela de Organización Industrial]. (23 ene. 2015). Cómo elaborar un plan de marketing digital [video]. <https://www.youtube.com/watch?v=I7iSEW5uqeY>
- Grupo 110011-6. (2020). Fase 2, Identificación de problemáticas sociales. Diplomado Profundización Emprendimiento Marketing Digital. UNAD. [https://drive.google.com/file/d/1Xxv9QUIfhhNngMYEgdUKYQe\\_emXM11-l/view?usp=sharing](https://drive.google.com/file/d/1Xxv9QUIfhhNngMYEgdUKYQe_emXM11-l/view?usp=sharing)
- Junta de Castilla y León. (2012). Marketing Digital para Pymes (P. 97- 107). [http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo\\_imagenes/grupo.cmd?path=10060082](http://bibliotecadigital.jcyl.es/i18n/catalogo_imagenes/grupo.cmd?path=10060082)
- Merodio, J. (2010) Marketing en Redes Sociales: Mensajes de empresa para gente selectiva (Pp. 59-66). <https://www.juanmerodio.com/marketing-en-redes-sociales-mensajes-de-empresa-para-gente-selectiva/>
- Plan de Desarrollo Municipio de Pitalito. (2019). Pitalito territorio ideal. [http://www.alcaldiapitalito.gov.co/publicaciones/PlanDesarrollo\\_2016-2019.pdf](http://www.alcaldiapitalito.gov.co/publicaciones/PlanDesarrollo_2016-2019.pdf)
- Rodríguez Valencia, N. (2010). Los subproductos del café: fuente de energía renovable. <https://www.cenicafe.org/es/publications/avt0393.pdf>
- Suárez Agudelo, J. M. (2012). Aprovechamiento de los residuos sólidos provenientes del beneficio del café, en el municipio de Betania Antioquia: usos y aplicaciones. [http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/627/1/aprovechamiento\\_residuos\\_solidos\\_beneficio\\_cafe.pdf](http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/627/1/aprovechamiento_residuos_solidos_beneficio_cafe.pdf)